

ANALISIS PERANAN DAN KONTRIBUSI PAJAK REKLAME TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN ASLI DAERAH KOTA JAMBI

Yan Yan (yennyen_chan@yahoo.com)

Lili Syafitri, Kardinal

Akuntansi (S1)

STIE MDP

Abstrak : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui laju pertumbuhan pajak reklame dari tahun ke tahun dan seberapa besar kontribusi pajak reklame terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Jambi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengaruh positif antara kontribusi pajak reklame terhadap penerimaan pendapatan asli daerah Kota Jambi.

Kata kunci : Pajak Reklame, Pajak Daerah, Pendapatan Asli Daerah

Abstract : this research aims to determine the growth rate of advertisement tax from year to year and how big contribution advertisement tax to Revenue Jambi City. The method used is quantitative method. This study is expected to provide a positive influence between advertisement tax contribution to revenue receipt Jambi City.

Key Words : Advertising Tax, Local Tax, Revenue

1 PENDAHULUAN

Pajak reklame merupakan pajak daerah terbesar ketiga di Kota Jambi. Menjelang pilkada banyak reklame seperti spanduk, baliho dan poster calon wali kota dan wakil wali kota yang di pasang di jalan-jalan Kota Jambi yang seharusnya akan semakin meningkatkan realisasi pajak reklame. Namun, tak banyak juga yang taat pajak dan turut berkontribusi terhadap Pendapatan Asli Daerah melalui pajak reklame.

Maraknya reklame dalam bentuk baliho dan spanduk politik di Kota Jambi diakui pihak Dinas Pendapatan Kota Jambi adalah ilegal. Tak hanya itu, banyaknya reklame dengan berbagai ukuran yang dibangun di atas lokasi yang sebenarnya tidak dibenarkan untuk dibangun reklame.

Tabel 1
Target Pajak Reklame

Tahun	Target
2007	Rp 2.404.665.000
2008	Rp 2.912.500.000
2009	Rp 3.511.000.000
2010	Rp 3.752.500.000
2011	Rp 4.277.500.000

Dari data diatas dapat dilihat bahwa target penerimaan pajak reklame dari tahun 2007-2011 terus meningkat walaupun masih banyak reklame ilegal yang bertebaran. Oleh karena itu, jika pemasangan reklame di Kota Jambi dapat dikelola dengan maksimal maka dapat dilihat bahwa pertumbuhan pajak reklame dari tahun ketahun merupakan komponen Pendapatan Asli Daerah yang mengalami pertumbuhan cukup menjanjikan baik dimasa sekarang maupun dimasa yang akan datang.

Berdasarkan hal itulah, maka penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul “**Analisis Peranan Dan Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Peningkatan Pendapatan Asli Daerah Kota Jambi**” (Studi Kasus pada Pendapatan Asli Daerah Kota Jambi Tahun 2007-2011)”.

2 LANDASAR TEORI

2.1 Pengertian Pajak

Pajak merupakan sumber penerimaan negara yang sangat penting dalam menopang pembiayaan pembangunan yang bersumber dari negari. Besar kecilnya pajak akan menentukan kapasitas anggaran negara dalam membiayai pengeluaran negara baik untuk pembiayaan pembangunan maupun untuk pembiayaan anggaran rutin.

Pajak menurut Deutsche Reichs Abgaben Ordnung (Erly Suandy, 2005, h.8) adalah bantuan uang secara insidental atau secara periodik (dengan tidak ada kontraprestasinya), yang dipungut oleh badan yang bersifat umum untuk memperoleh pendapatan, dimana terjadi suatu *Tatbestand* (sasaran pemajakan), yang karena undang-undang telah menimbulkan utang pajak.

2.2 Pajak Daerah

Menurut Pasal 1 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Restribusi Daerah, yang dimaksud dengan pajak daerah adalah kontribusi wajib kepada daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.

Berdasarkan Pasal 2 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang pajak daerah

dan retribusi daerah, Pajak daerah digolongkan ke dalam dua kelompok, yaitu:

1. Pajak Provinsi, terdiri dari:

- a. Pajak Kendaraan Bermotor
- b. Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor
- c. Pajak Bahan Bakar Kendaaraan Bermotor
- d. Pajak Air permukaan
- e. Pajak Rokok

2. Pajak Kabupaten/Kota, terdiri dari:

- a. Pajak Hotel
- b. Pajak Restoran
- c. Pajak Hiburan
- d. Pajak Reklame
- e. Pajak Penerangan Jalan
- f. Pajak Mineral Bukan Logam dan Batuan
- g. Pajak Parkir
- h. Pajak Air Tanah
- i. Pajak Sarang Burung Walet
- j. Pajak Bumi dan Bangunan Perdesaan dan Perkotaan
- k. Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan

2.3 Pajak Reklame

Undang-undang Nomor 28 Tahun 2009 Pasal 1 angka 26 dan 27 tentang Pajak Daerah dan Restribusi Daerah, Pajak Reklame adalah pajak atas penyelenggaraan reklame. Sedangkan yang dimaksud dengan reklame adalah benda, alat, perbuatan, atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan, atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang, atau badan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum.

Penyelenggaraan reklame yang ditetapkan menjadi objek pajak reklame yang sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi:

1. **Reklame Papan/Billboard**, yaitu reklame yang terbuat dari papan, kayu termasuk seng atau bahan lain yang sejenis, dipasang atau digantung atau dibuat pada bangunan, tembok, dinding, pagar, pohon, tiang, dan sebagainya baik bersinar maupun yang disinari.
2. **Reklame Megatron/Videotron/Large Electronic Display (LED)**, yaitu reklame yang menggunakan layar monitor besar berupa program reklame atau iklan bersinar dengan gambar dan/atau tulisan berwarna yang dapat berubah-ubah, terprogram dan difungsikan dengan tenaga listrik.
3. **Reklame Kain**, yaitu reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan bahan kain, termasuk kertas, plastik, karet atau bahan lain yang sejenis dengan itu.
4. **Reklame Melekat (Stiker/Poster)**, yaitu reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, dipasang, digantung pada suatu benda dengan ketentuan luasnya tidak lebih dari 200cm² per lembar.
5. **Reklame Selebaran**, yaitu reklame yang berbentuk lembaran lepas, diselenggarakan dengan cara disebar, diberikan atau dapat diminta dengan ketentuan tidak untuk ditempelkan, diletakkan, dipasang, atau digantungkan pada suatu benda lain.
6. **Reklame Berjalan**, yaitu reklame yang ditempatkan pada kendaraan yang diselenggarakan dengan menggunakan kendaraan atau dengan cara dibawa oleh orang.
7. **Reklame Udara**, yaitu reklame yang diselenggarakan diudara dengan menggunakan gas, laser, pesawat, atau alat lain yang sejenis.

8. **Reklame Suara**, yaitu reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan kata-kata yang diucapkan atau dengan suara yang ditimbulkan dari atau oleh perantara alat.

9. **Reklame Peragaan**, yaitu reklame yang diselenggarakan dengan cara memperagakan suatu barang dengan atau tanpa disertai suara.

10. **Reklame Film/Slide**, yaitu yang reklame yang diselenggarakan dengan menggunakan klise berupa kaca atau film, ataupun bahan-bahan sejenis, sebagai alat untuk diproyeksikan dan atau dipancarkan pada layar atau benda lain yang ada di ruangan.

2.4 Dasar Hukum Pemungutan Pajak Reklame

Dasar hukum pemungutan pajak reklame pada suatu kabupaten atau kota adalah sebagai berikut:

1. Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
2. Undang-Undang Nomor 34 Tahun 2000 yang merupakan perubahan atas Undang-Undang Nomor 18 Tahun 1997 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah.
3. Peraturan Pemerintah Nomor 65 Tahun 2001 tentang Pajak Daerah.
4. Peraturan Daerah Kabupaten/Kota yang mengatur tentang Pajak Reklame.
5. Keputusan Bupati/Walikota yang mengatur tentang Pajak Reklame sebagai aturan pelaksanaan peraturan daerah tentang Pajak Reklame pada Kabupaten/Kota yang dimaksud.

2.5 Dasar Pengenaan Pajak Reklame

Dasar pengenaan pajak reklame adalah Nilai Sewa Reklame (NSR), yaitu nilai yang ditetapkan sebagai dasar perhitungan penetapan besarnya pajak reklame.

Nilai sewa reklame ditentukan melalui nilai jual objek reklame dan nilai strategis pemasangan reklame.

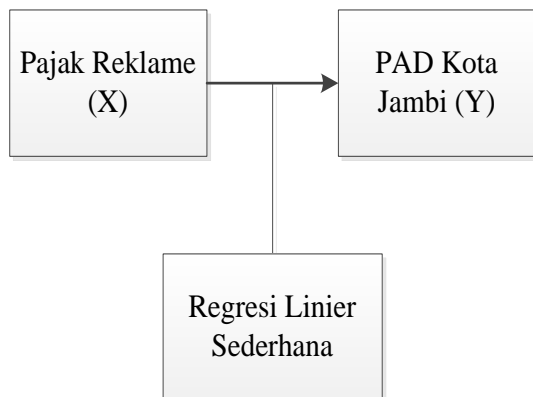
$$NSR = NJOR + NSPR$$

2.6 Tarif Pajak Reklame

Tarif pajak reklame ditetapkan paling tinggi dua puluh lima persen (25%) dan ditetapkan dengan Peraturan Daerah Kabupaten/Kota yang bersangkutan.

$$\text{Pajak Reklame} = 25\% \times NSR$$

2.7 kerangka pemikiran



Berdasarkan gambar kerangka pemikiran diatas, dapat dilihat bahwa Pendapatan Asli Daerah Kota Jambi dipengaruhi oleh peranan dan kontribusi pajak reklame.

3 METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini, pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif.

Penelitian ini menggambarkan keadaan atau masalah yang dihadapi oleh Dinas Pendapatan Asli Daerah. Prosesnya berupa pengumpulan data, penyusunan data serta analisis dan penafsiran data. Penelitian ini mengklasifikasikan perhitungan, pemungutan, pembayaran atau peyeteroran Pajak Reklame terhadap pendapatan asli daerah. Data penelitian ini di ambil dalam kurun waktu 5 tahun terakhir dan berlokasi di Dinas Pendapatan Daerah Kota Jambi.

3.2 Objek/Subjek Penelitian

Subjek pajak adalah orang pribadi atau badan yang dapat dikenakan pajak daerah. Dalam penelitian ini yang menjadi subjek pajak adalah Dinas Pendapatan Asli Daerah Kota Jambi Tahun 2007-2011.

3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian, yaitu:

1. Populasi

Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi, atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian (Kuncoro, 2009, h.118). Populasi dari penelitian ini adalah Laporan Realisasi Pajak Daerah Kota Jambi.

2. Sampel

Sampel adalah kelompok kecil yang diamati dan merupakan bagian dari populasi sehingga sifat dan karakteritik populasi juga dimiliki oleh sampel. Dalam penelitian ini

peneliti menentukan sendiri sampel mana yang dianggap dapat mewakili populasi, yakni Laporan Penerimaan Pajak Reklame Kota Jambi tahun 2007-2011.

3.4 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber data sekunder, dimana subjeknya tidak berhubungan langsung dengan objek penelitian tetapi membantu dan dapat memberikan informasi untuk bahan penelitian. Dalam penelitian ini data sekunder adalah literatur, artikel, laporan pajak daerah serta berbagai sumber lain yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

3.5 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dan regresi linier sederhana. Analisis deskriptif kuantitatif digunakan untuk menjelaskan maupun menyajikan data yang diperoleh dari instansi dengan memberikan gambaran umum menurut apa adanya sesuai dengan kenyataan yang ada pada saat melakukan penelitian. Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen.

4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Perkembangan Pendapatan Asli Daerah Kota Jambi

Pendapatan Daerah meliputi semua penerimaan uang melalui rekening kas umum daerah, yang menambah ekuitas dana, merupakan hak daerah dalam satu tahun anggaran dan tidak perlu dibayar kembali oleh daerah. Pendapatan Daerah sebagaimana peraturan Menteri Dalam Negeri tersebut dikelompokkan atas:

1. Hasil pajak daerah
2. Hasil retribusi daerah
3. Hasil perusahaan milik daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan
4. Lain-lain pendapatan asli daerah yang sah

Pendapatan Asli Daerah dalam penelitian ini digunakan sebagai informasi yang menunjukkan upaya pemerintah Kota Jambi dalam hal ini pihak Dispenda Kota Jambi untuk selalu mengoptimalkan segala potensi yang ada di Kota Jambi, di samping itu data PAD bagi daerah merupakan info yang berguna untuk merencanakan pembangunan pada masa-masa mendatang.

4.2 Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pajak Daerah Dan PAD Kota Jambi

Tabel 2
Kontribusi Pajak Reklame Terhadap Pajak Daerah Tahun 2007-2011

Tahun	Kontribusi
2007	17,59%
2008	15,09%
2009	13,55%
2010	11,68%
2011	7,38%

Dari tabel diatas diketahui bahwa kontribusi pajak reklame terhadap pajak daerah dari tahun 2007–2011 mengalami penurunan. Pajak reklame pada tahun 2007-2011 memberikan kontribusi rata-rata sekitar 13,06% terhadap pajak daerah Kota Jambi.

Tabel 3
Kontribusi Pajak Reklame Terhadap PAD Tahun 2007-2011

Tahun	Kontribusi
2007	8,43%
2008	6,82%
2009	7,02%
2010	5,86%
2011	4,49%

Dari tabel diatas diketahui jika kontribusi pajak reklame terhadap PAD dari tahun 2007–2011 mengalami fluktuatif. Sehingga pada tahun 2007-2011 pajak reklame memberikan kontribusi terhadap PAD rata-rata sebesar 6,52%.

4.3 Regresi Linier Sederhana

Dari hasil model analisis regresi untuk komponen persamaan Pendapatan Asli Daerah Kota Jambi menunjukkan pajak reklame memiliki peranan yang cukup besar terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Jambi jika dibandingkan dengan komponen lain yang mendukung PAD Kota Jambi. Selain itu, dari hasil analisis persamaan regresi ini juga menunjukan pajak reklame memberikan peranan yang cukup besar terhadap Pajak Daerah Kota Jambi yakni 40,91% yang berarti jika pajak reklame meningkat sebesar 1% maka total penerimaan daerah meningkat sebesar 40,91%.

4.4 Signifikansi Koefisien Regresi

Berdasarkan analisis signifikansi koefisien regresi antara pajak reklame dalam hal ini merupakan variabel bebas terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Jambi memiliki hubungan yang signifikan yakni 96,59%. Hal ini menunjukan hubungan yang positif antara pajak reklame dengan PAD kota Jambi.

4.5 Uji Korelasi

Berdasarkan hasil uji korelasi diperoleh angka 0,92% maka dapat disimpulkan, berdasarkan model regresi terlihat pajak reklame selama 5 tahun terakhir memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap Pajak Daerah Kota Jambi yakni 92%.

5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Pajak reklame memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Jambi dilihat dari hasil analisis persamaan regresi yaitu sebesar 40,91% dan kontribusi penerimaan pajak reklame terhadap PAD dari tahun 2007-2011 rata-rata sebesar 6,52%.

5.2 Saran

Menambah pengetahuan masyarakat akan pajak reklame maka perlu diadakan sosialisasi, menjalin hubungan baik dengan Wajib Pajak serta memberikan pelayanan prima, melakukan operasi lapangan, melakukan penagihan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Brotodihardjo, R., Santoso 1993, *Pengantar Ilmu Hukum Pajak*, Eresco, Bandung.
- [2] Purwono, Herry 2010, *Dasar-Dasar Perpajakan & Akuntansi Pajak*, Erlangga, Jakarta.
- [3] Setiawan, Agus 2006, *Perpajakan Umum*, Rajawali Pers, Jakarta.
- [4] Suandy, Erly 2005, *Hukum Pajak*, Salemba Empat, Jakarta.
- [5] Waluyo 2011, *Perpajakan Indonesia Buku 2*, Salemba Empat, Jakarta.